

# Werk sessie Economische Visie Gemeente Bergen 2015 - 2030

Egmond aan Zee – Zuiderduin, 31 maart 2016

Aanpak in twee opeenvolgende avonden:

1. Wat voor dorp willen we zijn in de toekomst?
2. Thema's en onderwerpen?
3. Prioritering
4. Ontwikkelingen
5. Terugblik op resultaten eerste avond
6. Sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen
7. Opgaven voor de toekomst
8. Hoe de opgaven uit te voeren en door wie?



## Stap 1: Wat voor dorp willen we zijn?

schoon strand toegankelijk goede diversiteit parkeerbeleid watersportfaciliteiten op het strand veel vertier voor de toerist slecht weervoorzieningen familiebadplaats schoon rust landelijk anders zijn en anders blijven balans tussen gebruik natuur en beschermen natuur toekomst winkelstraat; niet alleen goedkope kleding toeristisch bus voldoende parkeren mooi schoon strand voldoende overnachtingsmogelijkheden goede horeca en detailhandel gezelligheid gezellige winkelstraat een dorp waar niet alles opgehangen is aan toerisme zorgen dat jongeren kunnen blijven voorzieningenniveau op peil houden prettig toeristisch maar niet overheersend diversiteit voor toeristen activiteiten voor stelletjes een mooi dorp geen hoogbouw stop uitverkoop van woningen veiligheid gezellige familiebadplaats vriendelijk kleinschalig door historische rijkdom van geschiedenis van drie dorpen parkeergelegenheid voor vrachtwagens pinautomaten meer en betere fietsenstallingen handhaving fietsenstalling goed bereikbaar betere bereikbaarheid van de kernen gratis parkeren minder parkeerproblemen beter openbaar vervoer zorg en aandacht voor omgeving en openbare ruimte jeugd bereikbaarheid ondergronds parkeren toeristische trekpleister parkeergelegenheid aangeven duingebied en bereikbaarheid duurzaamheid gebruik maken van goedkope energie

Veel bedrijvigheid voldoende voorzieningen goed openbaar vervoer levendig goed om te wonen geen hoogbouw sfeer van vissersdorp behouden duinen en boulevard met zicht op zee houden kernen opknappen bedrijventerreinen verbeteren verandering van seizoenen kansen voor verbinden identiteit. Dorpskern voor toeristen kansen voor economische groei passend bij kern Egmond voldoende gratis parkeren kansen integratie drie dorpskernen dorpen met elkaar verbinden door cultuur Egmond aan de Hoef; dorpen verbinden met anderen door open en meer samenwerken met behulp van een eigenheid rondom is natuur vriendelijk door kansen integratie cultuurhistorie hou toerisme rustig en leuk vakantie door goede uitstraling kansen aantrekkelijkheid aangezicht en uiterlijk een dorp dat er eerst is voor de bewoners geen vergrijzend dorp maar springlevend kunst en cultuur kan nog meer op elkaar afgestemd worden met meer samenwerking en behoud van eigenheid





## Stap 2 en 3: Thema's en onderwerpen geprioriteerd

Strand; breedte suppletie handhaving	25
Parkeren	12
Spreading toerisme over de kernen	12
Cultuurhistorie als verbinding van economische groei	11
Bereikbaarheid	10
Leefbaarheid woonklimaat	10
Kleinschaligheid / authenticiteit	9
Duurzaamheid	9
Informatie beter	7
Fietsenstallingen	6
Veiligheid in relatie tot andere bestemmingen en landen	5
Gastvrijheid	3
Woning bouw naar huur	3
Kinderen en jeugd	2
Toegankelijkheid	1
Betaalbaarheid	0
Camperplaatsen	0
Boeking sneller	0

## **Stap 4:                    Ontwikkelingen**

1. toename tweede woningen
2. toename verblijfsaccommodaties in regio
3. ambachtelijk; natuurlijk eerlijk en puur gezond
4. vaker korte vakanties en korter van te voren boeken
5. waardering stranddag neemt toe
6. andere toerist met ander gedrag
7. leegstand detailhandel aanpakken
8. behoefte aan 'origineel', puur en eerlijk
9. ander winkelgedrag van consument; minder merken- en winkeltrouw
10. 'comfort' versus 'basic'; zelfde toerist gedraagt zich in de tijd anders
11. toeristen vaker uit Amsterdam weg naar NH?
12. onthaasten Cittaslow
13. landbouw; verbreding, schaalvergroting, mooi landschap
14. digitalisering neemt verder toe
15. technologie / elektrische aandrijving; ontwikkelingen gaan door
16. verduurzaming; verdere toename binnen economie en samenleving
17. kwaliteit en comfort
18. vergrijzing (demografie)

## TWEEDE AVOND

### Stap 5: Sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen



#### **Sterktes**

Kleinschaligheid; DNA, vissersdorp nog zichtbaar, laagdrempelig, vriendelijk,  
Bekende en vertrouwde doelgroep van Egmond; sportief, eenvoudig, familie, en natuur  
Evenwicht en balans tussen inwoners en bezoekers en toeristen nu op dit moment  
Cultuurhistorische rijkdom  
Bestaande media; website, krant, app en informatieborden  
Strand duinen bollen en weidelandschap  
Boulevard met goede strandtoegangen  
Evenementen; veel en sportief  
Breed seizoen veel zon en minder regen  
Gezellige winkelstraat  
Veelzijdige mix met uitzicht op zee en veel horeca en terrassen  
Inwoners willen delen met toeristen, zijn vriendelijk tegen toeristen, zelfde doelgroep

#### **Zwaktes**

Betaald parkeren  
Met munten parkeergeld moeten betalen  
Te weinig fietsenstallingen  
Te weinig openbare toiletten  
Weinig terrassen in Egmond aan de Hoef



Geen centraal informatiepunt

Behoud van aangezicht Egmond bij verbouwing en nieuwbouw

Onvoldoende bekendheid van en met de drie kernen in Egmond

Slechte VVV en slechte organisatie van aanbieders

Weinig slechtweer voorzieningen

Slechte weersvoorspellingen

Winkelaanbod wordt slechter; leegstand dreigt

'Zicht op zee' niet overal goed zichtbaar

### **Kansen**

Nieuwe trend; meer behoefte aan streekproducten, 'Egmondse school', pluktuin, vissersdorp, eigen paling, forel, Cittaslow, schaapskudde

Openbaar vervoer makkelijk, ook voor toerist

Onveiligheid van andere landen a.g.v. terrorisme etc.

Meer toeristen vanuit Duitsland België en Engeland; proberen om 'goede' toeristen vanuit Amsterdam hier naartoe te halen en te lokken

Groei van toerisme in algemeen

Opkomst Airbnb

### **Bedreigingen**

Overlopen worden door internationale toeristen vanuit Amsterdam

Verstedelijking; verdwijnen van cultuurhistorische plekken door stedenbouw en hoogbouw

Te veel tweede woningen; gaat ten koste van sociale structuur en leegstand; is gevaar

Klimaatverandering; stijging zeewater

Veranderend winkelgedrag



## Stap 6: De opgaven voor Egmond tot 2030

Jaarrond een aantrekkelijk strand voor iedereen  
Uitbreiden alleen als er samengewerkt wordt en de wens daaruit ontstaat  
Betere VVV zoals in Wijk aan Zee  
Goed gastheerschap; alles netjes eruit laten zien, geen hondendrollen en paardenpoep  
Tweede huizenbeleid; beleid t.a.v. tweede huizen beter in de hand houden met handhaving  
Passende huisvesting voor jong en oud  
Werken naar korter betaald parkeerseizoen; relatie met winkels en openingstijden  
Oplossen van parkeerwestie;  
Betere fietsenstalling met oplaadpunten  
Meertalige toeristeninfo ook op gemeente website  
Betere samenwerking op gebied van toeristen info  
Betere afstemming van evenementen zoals kermis met Pasen  
Maken van transferium  
Realiseren van een parkeerplaats in de zee/duinwering zoals in Katwijk  
Parkeerstickers met plaatsnamen en reclame  
Ondernemers stimuleren tot samenwerking  
Zicht op zee verbeteren en garanderen  
Slechtweervoorzieningen (zwembad, stoomtrein) betalen vanuit gezamenlijke financiering zoals in Oostenrijk met een fonds of ontwikkelingsmaatschappij van overheid inwoners en ondernemers  
Egmond als één gezamenlijk en totaalproduct maken en vermarkten  
Historisch vervoer; oud treintje in ere herstellen  
Verblijven in Egmond met dag uitje naar Amsterdam in plaats van Amsterdam-toeristen hier naartoe lokken; omdraaien dus  
Wel of niet slapen op het strand; maximaal vijf slaapunits bij de strandpaviljoens  
Betere handhaving door overheid  
Toeristenbelasting vereenvoudigen, bijvoorbeeld door afkopen  
Meer en beter promoten van de nabijheid ten opzichten van Amsterdam  
Promotie dorpsgericht Schoorl Bergen Egmond  
Meer en vaker inzetten van vitale ouderen  
Meer slecht weervoorzieningen maken zoals een zwembad, een sporthal, multifunctioneel, Jeu de boulebaan, boerenbedrijven  
Familie doelgroep; kano evenementenbeleid  
Spontaan vergunningenbeleid  
Slapen op het strand in Egmond



## **Stap 7: Hoe de opgaven uit te voeren en door wie?**

1. Nadenken en plan maken voor gezamenlijke promotie
2. Meer en vaker vitale ouderen inschakelen
3. Nadenken over gezamenlijke ontwikkelingsmaatschappij waarin deelname van inwoners, ondernemers, overheid?; naar voorbeeld toerisme in Oostenrijk waar gemeente en/of streek/dal als één product wordt gezien en vermarkt.
4. Handhaving door overheid
5. Betere VVV naar voorbeeld van Wijk aan Zee.
6. Schoner Egmond naar voorbeeld van 'Zaanse schonen'